

# FOODFLITS

WOENSDAG 30 SEPTEMBER



## ZIJERVELD ZONDER GRENZEN

Zijerveld presenteert op de Food Week de nieuwe corporate identity. Zijerveld & Veldhuyzen en Boering Melkblok waren al een combinatie, maar gaan nu ook verder onder één naam: Zijerveld. De frisse uitstraling in de kleuren groen en geel is voorzien van de pay-off 'Cheese Unlimited'. Commercieel manager verkoop Bernhard Veldhuyzen licht toe: "Deze pay-off geeft exact onze overtuiging weer dat de mogelijkheden met kaas onbegrensd zijn. Of het nu nationaal of internationaal is: we willen kansen in kaas maximaal benutten en kaas en aanverwante producten naar een nog hoger niveau tillen. Dat doen we met een uitstekend assortiment en een heldere visie." Zijerveld pakt de zaken groot aan als het gaat om het uitrollen van de nieuwe identiteit. Veldhuyzen vindt dat niet meer dan logisch. "We doen het goed en anders niet," verklaart hij, "Naast de Food Week deelname staan we ook op Vakbeurs Foodspecialiteiten. Maar ook trekken we letterlijk het land in! Onze teams gaan de komende weken met goed 'gevulde' Landrovers op pad om al onze klanten te bezoeken." Zijerveld heeft 'roots' in boerenkaas en het is dan ook geen verrassing dat een van de bedrijfsdoelen is om de positie van dit authentieke product te versterken. In de woorden van Bernhard Veldhuyzen: "We willen dat de consument 'fan van de boerderij' wordt." Dat gebeurt o.a. via de innovatieve traceerwebsite 'MijnBoerenkaas.nl'. "Als de consument bij een van onze 25 kaasboerderijen een stuk boerenkaas heeft gekocht, kan hij met het nummer op de kaas op deze website een heleboel informatie vinden. Wie is de boer, hoeveel koeien zijn er in het bedrijf, hoe ziet een dag op de boerderij eruit, hoe wordt de kaas gemaakt. Het is zelfs mogelijk om met Google Earth de locatie van de boerderij te zien." Het zal nooit stil worden bij Zijerveld in huis: "Ontwikkelen en ondernemen is onze passie!"



## PURE VERWENNERIJ BIJ ENRICO

Enrico Mediterrane Specialiteiten staat altijd garant voor pittige uitdagingen aan de smaakpapillen. Ook de noviteiten op de Food Week smaken naar meer. Enrico's Elvira Feduzzi: "Nieuw is de Torta de Aceite, een authentieke Spaanse handgemaakte cracker die bereid is met olijfolie, een gebrand suikerlaagje en de verfijnde smaak van anijs." Een andere lekkernij is de Kaaspanettone, een superieure mix van grana de padano, pecorino romano en emmenthaler. De derde noviteit op rij is de volgens eigen receptuur ontwikkelde New York Tapenade. "Deze is samengesteld uit geroosterde groente, kappertjes en groene olijven." Alsof deze noviteitenrij nog niet voldoende is, levert Enrico onder het Zuidafrikaanse merk Mama Africa op peppadew gebaseerde smaakversterkers, sauzen en marinades.



## GEFELICITAART VOOR PLUS RETAIL EN CBL

Uit handen van Food Week project manager Mark Laponder ontvingen Plus Retail en het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel een overheerlijke taart. De reden van de felicitaties was dat beide organisaties buitengewoon goede resultaten hadden laten zien in hun bezoekerswervingactiviteiten.





## ERU MAAKT SMEERKAAS WEER SPANNEND



Wie dacht dat smeerkaas niet (meer) spannend is: dat is een verkeerde veronderstelling! ERU bewijst het tegendeel en komt niet alleen met de nieuwe smaak Goudkuijpe Zwarte Peper, maar lanceert ook de seizoensmaak 'Limited Edition'. Marc van Noort: "We willen hiermee een impuls in de categorie bewerkstelligen. De eerste in de nieuwe Limited Edition-serie is het Winterkuijpe Mustard/Honey."

## DRAADLOZE DROOGIJS DISPLAY

Op de stand van Yara staat een opvallend nieuw product: de Clever Cool Display. De naam zegt eigenlijk al veel over wat het is, maar sales manager Véronique Mayer licht de details toe. "De Clever Cool Display is een superhandig point-of-sale instrument waarmee je op elke willekeurige plek gekoelde of diepgevroren producten opvallend kunt presenteren." De Clever Cool Display is ontwikkeld door Yara, Foodstijl en Dorsvlegel Marketing. Het koelsysteem bestaat uit schijven droogijs, die door het geleiden van de koude lucht de koude overbrengen op een RVS gastronomisch bak. De schijf droogijs geeft koude vrij, waarna het in de lucht verdwijnt als CO<sub>2</sub>. De display is draadloos en indien gewenst vernijdbaar, en daarom enorm handig in gebruik. "Het systeem koelt of vriest gedurende 48 uur. Daarna kun je het bijvullen." De display kan worden uitgevoerd in de gewenste uitstraling en/of voorzien worden van reclamepanelen. Véronique: "De Clever Cool Display is zowel in retail als out-of-home een prima instrument om consumenten te bereiken, boeien en binden!"



## GEEF RICHTING AAN UW VERKOOPSTRATEGIE!

Als uw vermelding (digitale stand) op FoodVakbeurs.nl staat, wilt u natuurlijk weten hoe uw online advertentie het doet. Hoeveel bezoekers trekt uw vermelding? Is het tijd voor extra promotie? De statistieken geven u inzicht in de kijkcijfers van uw digitale stand. Op basis hiervan kunt u samen met ons de verkoopstrategie bepalen. Wij zullen een bezoek brengen aan uw stand om u te informeren over de mogelijkheden. [www.foodvakbeurs.nl](http://www.foodvakbeurs.nl).

**De voordelen van statistieken: meten = weten, eenvoudig en overzicht!**

**food**  **vakbeurs.nl**

DE INTERNETBEURS VOOR **FOODPROFESSIONALS**

## COLOFON



### Handig Communicatie

Postbus 178  
1230 AD Loosdrecht  
Tel. 06-54338860  
Email: [info@handigcommunicatie.nl](mailto:info@handigcommunicatie.nl)  
Website: [www.handigcommunicatie.nl](http://www.handigcommunicatie.nl)

Redactie:  
Ellen Wonder

Vormgeving:  
Chantal Creemers, [www.ccfactory.nl](http://www.ccfactory.nl)